HÖGSKOLAN I BORÅS

Affärsinformatik med inriktning mot Internationell Marknadsföring och IT

Business Informatics with specialisation in International Marketing and IT

240 högskolepoäng

Ladokkod: NGIMI
Version: 6.4
Utbildningsnivå: Grundnivå
Fastställd av: Utskottet för utbildningar inom ekonomi och arbetsliv 2016-11-23
Gäller från: HT 2016
Gäller för:

Allmänna mål

Utbildning på grundnivå skall utveckla studenternas

- förmåga att göra självständiga och kritiska bedömningar,
- förmåga att självständigt urskilja, formulera och lösa problem, och
- beredskap att möta förändringar i arbetslivet.

Inom det område som utbildningen avser skall studenterna, utöver kunskaper och färdigheter, utveckla förmåga att

- söka och värdera kunskap på vetenskaplig nivå,
- följa kunskapsutvecklingen, och
- utbyta kunskaper även med personer utan specialkunskaper inom området.

(Högskolelagen 1 kap 8§)

Utbildningens mål

Utbildningen i **Internationell Marknadsföring och IT** vid Högskolan i Borås är en utbildning som utgörs av ämnena ekonomi och informatik. Efter genomgånget program ska studenten ha tillägnat sig kunskaper och färdigheter både inom företagsekonomi och inom informatik, detta genom att utbildningen till lika stora delar behandlar båda ämnesområdena företagsekonomi och informatik, mer specifikt avgränsat till de delar där ämnena samverkar för marknadsföring på en global arena. Det övergripande målet med programmet är att studenten efter genomgånget program ska vara anställningsbar både som marknadsförare och som systemutvecklare av system för marknadsföring. Studenten skall också ha fördjupad kännedom om ett annat lands samhälle och kultur, med nuvarande internationella samarbete det kinesiska samhället och kulturen.

Efter avklarad utbildning ska studenten:

Kunskap och förståelse:

- ha god kunskap och förståelse om aktuella teorier och metoder inom både företagsekonomi och informatik,
- ha god förståelse för hur organisationers marknadsföring kan stödjas av informationssystem och samspelet dessa emellan,
- kunna förstå och förklara vad det innebär för ett företag att agera på en internationell marknad, samt kunna förstå och förklara vad det är som skiljer agerande på en hemmamarknad från en internationell marknad,
- visa kunskap om kulturella likheter och olikheter mellan olika globala regioner, och aktivt kunna göra ställningstaganden om hur sådana olikheter/likheter kan hanteras då företag gör affärer med utländska motparter,
- ha fördjupad förståelse för det kinesiska samhällets struktur och kultur
- ha god kunskap om programmets vetenskapliga grund och aktuella forskningsfrågor,

Färdighet och förmåga:

- utifrån ett tvärvetenskapligt perspektiv ha god förmåga att identifiera, strukturera och analysera företagsekonomiska och informatikrelaterade problem,
- ha god förmåga att praktiskt använda olika teorier, modeller, metoder och verktyg inom företagsekonomi och informatik,

- ha grundläggande förmåga att utföra företagsekonomiska funktioner inom organisationer,
- ha grundläggande förmåga att analysera, designa och utveckla informationssystem,
- kunna hämta in, analysera och ta ställning till information som är viktig för företag vad gäller beslutsfattande om agerande på företagets marknad,
- vara beredd att vid anställning hos ett företag med internationella affärer vara med på affärsmöten med motparter i andra länder och att så småningom själv kunna leda sådana affärsmöten och fatta beslut i för affärerna relevanta ekonomiska frågorna,
- utifrån ett tvärvetenskapligt perspektiv ha god förmåga att hantera olika problemsituationer med an-knytning till utveckling och användning av informationssystem inom organisationer,
- ha grundläggande förmåga att förstå samspelet mellan människans sociala och kulturella miljö utifrån perspektiven företagsekonomi och informatik,
- kunna med programmets nuvarande internationella samarbete verka i en kinesisk kontext och
- ha god grundläggande förmåga att arbeta i projektbaserad arbetsform,

Värderingsförmåga och förhållningssätt:

- kunna värdera information om ett företags marknad och ge förslag på handlingsalternativ samt redogöra för deras sannolika ekonomiska konsekvenser,
- visa kunskap och insikt om olika synsätt, kulturer och traditioner,
- visa förmåga att identifiera sitt behov av ytterligare kunskap och att fortlöpande utveckla sin kompetens,
- ha god förmåga att ur olika perspektiv kritiskt värdera kunskap om informationsteknikens och före-tagsekonomins möjligheter och begränsningar inom organisationer och
- ha förståelse för det kinesiska samhällets och kulturens värderingar jämfört med västerländska samhällen och kulturer och
- ha grundläggande förmåga att värdera konsekvenser av informationsteknik och företagsekonomiska aspekter för människa, organisation och samhälle.

Innehåll

Utbildningen är fördelad på fyra läsår och kombinerar spetskunskaper i informatik med företagsekonomiska kunskaper, vilket skapar ett dataekonomiskt kunskapsområde som byggs upp av dels en informatikinriktning, dels en företagsekonomisk inriktning.

Den företagsekonomiska inriktningen behandlar organisation och management, marknadsföring, redovisning, ekonomistyrning och finansiering samt på fördjupningsnivå marknadsföring, särskilt med dess koppling till IT.

Informatikinriktningen fokuserar på att utveckla förståelse för hur IT-baserade informationssystem designas, produceras och används i arbetsliv, organisation och samhälle. Ambitionen är att integrera tekniska och sociala aspekter av informationsteknik i syfte att säkerställa god IT-användning och därmed bidra till ökat verksamhetsresultat. Ambitionen är också att skapa förutsättningar under vilket information systematiskt kan användas och kommuniceras bland aktörer inom och mellan verksamheter. Informatikinriktningen erbjuder kompetens inom följande informatikområden; IT-användning, verksamhetsutveckling, systemutveckling, modellering, databasutveckling och programutveckling.

De två första åren omfattar grundläggande kurser inom både företagsekonomi och informatik. Det tredje året utgörs utav utlandsstudier med nuvarande internationella samarbete vid ett kinesiskt partneruniversitet. Det avslutande året omfattar huvudsakligen fördjupningsstudier inom de båda ämnesområdena samt av avslutande examensarbeten inom såväl företagsekonomi som inom informatik.

Utbildningen består av obligatoriska och valbara kurser som tillsammans omfattar 240 högskolepoäng.

Utbildningen innehåller följande kurser delat på fyra läsår:

År 1 : Högskolepoäng
System- och organisationsteori 7,5
System Analysis and Design* 7,5
Grundläggande programmering med C# 7,5
Introduktion till affärssystem 7,5
Marknadsföring för ekonomer 7,5
Organisationsdesign och managementrecept 7,5
Redovisningens grunder och tekniker 7,5
Samhällsekonomi 7,5

År 2:
Databasteknik 7,5

Objektorienterad systemutveckling 7,5
e-Business* 7,5
Informationssäkerhet ur ett globalt perspektiv * 7,5
Ekonomistyrning I 7,5
Strategisk marknadsföring 7,5
Externredovisning 7,5
Objektorienterad systemutveckling II 7,5
eller
Objektorienterad Applikationsutveckling * 7,5
Studenten väljer en av de två sistnämnda kurserna.

År 3:
Utlandsstudier 60 hp
Utlandsstudierna bedrivs med nuvarande internationella samarbete vid ett kinesiskt partneruniversitet. I studierna ingår kurser som behandlar informationsteknologiska, konsument-, marknads- och kulturella aspekter, vari det senare ingår förberedande studier i kinesiska språket.

År 4:
Research Methodologies in Social Science* 7,5
Scandinavian Consumer Behavior * 7,5
International Marketing* 7,5
Projektledning 7,5
Självständigt arbete för kandidatexamen inom informatik* 15
Självständigt arbete för kandidatexamen i företagsekonomi* 15
* = ges på engelska

Förkunskapskrav

Grundläggande behörighet + Matematik 3b / 3c, Samhällskunskap 1b / 1a1 +1a2.
Eller:
Engelska B, Matematik C, Samhällskunskap A.

Examen

Avklarad utbildning leder till

- Filosofie kandidatexamen med huvudområde informatik - inriktning marknadsföring och IT, och
- Filosofie kandidatexamen med huvudområde företagsekonomi – inriktning marknadsföring och IT.

Examina översätts med

- Degree of Bachelor of Science with a major in Informatics - specialisation Marketing and IT, och
- Degree of Bachelor of Science with a major in Business Administration - specialisation Marketing and IT.

1. För samtliga inriktningar ska följande kurser vara avklarade:

- e-Business (7,5 hp)
- Information Security in a Global World (7,5 hp)
- Objektorienterad systemutveckling 1 (7,5 hp)
- Research Methods in social science (7,5 hp)
- Scandinavian Consumer Behavior (7,5 hp)
- Strategisk marknadsföring (7,5 hp)

2. För filosofie kandidatexamen med huvudområde informatik - inriktning marknadsföring och IT ska följande kurser vara avklarade:

- Kurserna under punkt 1 ovan (45 hp),
- Internationell marknadsföring (7,5 hp)
- Projektledning (7,5 hp)
- Databasteknik (7,5 hp)
- Grundläggande programmering med C# (7,5 hp)
- Introduktion till affärssystem (7,5 hp)
- Objektorienterad systemutveckling II (7,5 hp)

eller

- Objektorienterad applikationsutveckling (7,5 hp)
- System- och organisationteori (7,5 hp)
- Systemanalys och design (7,5 hp)
- Självständigt arbete för kandidatexamen i informatik (15 hp)
- Utlandsstudier (informatik, ekonomi och/eller kultur, 60 hp)

3. För filosofie kandidatexamen med huvudområde företagsekonomi – inriktning marknadsföring och IT ska följande kurser vara avklarade:

- Kurserna under punkt 1 ovan (45 hp),
- International Marketing (7,5 hp)
- Projektledning (7,5 hp)
- Ekonomistyrning I (7,5 hp)
- Externredovisning (7,5 hp)
- Marknadsföring för ekonomer (7,5hp)
- Organisationsdesign och managementrecept (7,5 hp)
- Redovisningens grunder och tekniker (7,5 hp)
- Samhällsekonomi (7,5 hp)
- Självständigt arbete för kandidatexamen i företagsekonomi (15 hp)
- Utlandsstudier (informatik, ekonomi och/eller kultur, 60 hp)

Utfärdande av examensbevis sker efter ansökan på särskilt formulär. Mer information finns på högskolans webbplats.

Studentinflytande och utvärdering

Utbildningen ska utvärderas fortlöpande, dels för respektive kurs av studerande och lärare, dels genom att utbildningen följs av ett särskilt programråd bestående av lärare, studeranderepresentanter och professionsrepresentanter. Utvärdering på kursnivå sammanställs i kursvärderingsrapporter vilka delges studenterna via Högskolans webbplats alternativt kurspärm. Programutvärderingarna delges studenterna via programråd och klassmöte.

Genom programrådet, där studentrepresentanter tillsammans med representanter för lärare och näringsliv bland annat samtalar kring frågor som berör dagens och framtidens utbildningsmål, har studenter möjlighet att påverka utbildningen. Programråden utgör ett forum för att diskutera erfarenheterna av innehållet i utbildningsprogrammen, undervisnings- och examinationsformer samt hur utbildningen kan bidra till studenternas personliga kunskapsutveckling.

Regelbundet genomförs klassmöten där studenter har möjlighet att framföra synpunkter och förslag på förändringar av kurser och på programmet som helhet.

För varje årskull genomförs programutvärdering där bland annat utbildningens mål, innehåll och genomförande utvärderas. Härutöver genomförs kursutvärderingar inom ramen för varje kurs

Övrigt

Diarienr. 801-16

Avklarad utbildning ger behörighet till vidare studier på avancerad nivå.

Varje år studerar en grupp, för närvarande kinesiska, utbytesstudenter från Högskolans partneruniversitet i Kina, med vilka HB har särskilda utbytesavtal i anslutning till här aktuellt program. De studerar kurser som ges på engelska samt skriver examensarbete. De har möjlighet att ansöka om generell kandidatexamen i endera Informatik eller Företagsekonomi beroende på deras huvudämne vid hemuniversitetet.

Undervisningen bedrivs på engelska, men undervisning på svenska kan förekomma.